

# 品牌概念战中国式营销



[品牌概念战中国式营销 下载链接1](#)

著者:王国庆

出版者:南京大学

出版时间:2007-6

装帧:

isbn:9787305050800

《品牌概念战：中国式营销》作为国内第一本对概念营销进行系统论述的专著，对中国

出现的概念营销现象进行了总结与归纳，并进行了深入的发掘与探索，使其成为系统化的营销传播理论。概念，正成为继“USP”、“品牌形象”、“定位”理论之后的第四种营销传播方法与工具。概念，是在中国的营销大地上开出的美丽之花，是中国营销者对西方先进营销传播理论进行的大胆创新，更是中国营销者卓有成效的营销实践，充分显示了中国营销者的智慧，并在中国短短的营销史上不断地创造着奇迹。概念，已成为中国最有营销力的传播工具之一。

作者介绍:

目录:

[品牌概念战中国式营销 下载链接1](#)

标签

评论

[品牌概念战中国式营销 下载链接1](#)

书评

[品牌概念战中国式营销 下载链接1](#)